



FACULDADE PITÁGORAS DE UBERLÂNDIA

Alexandre Santos Rosa

Plano de Negócio

Trabalho Número 10

Capa	→
Introdução	→
Desenvolvimento (se tiver)	→
Respostas (se tiver)	→
Conclusão	→
Referencias (se tiver)	→
Tipo de arquivo	→
Apresentação visual	→
Prazo de entrega	→
Local de entrega	→
Cumprimento das solicitações	→
Participação Aluno 1	→
Participação Aluno 2	→
Participação Aluno 3	→
Participação Aluno 4	→

UBERLÂNDIA
2014

1.SUMÁRIO EXECUTIVO

1.1.Resumo

Este plano de negócio tem como objetivo a implementação de um quiosque para a venda de sanduíches do tipo “cachorro quente” self-service com ingredientes variados em um ponto estratégico na Zona Oeste de Uberlândia, na Av Rio Missipe, entre vários condomínios verticais.

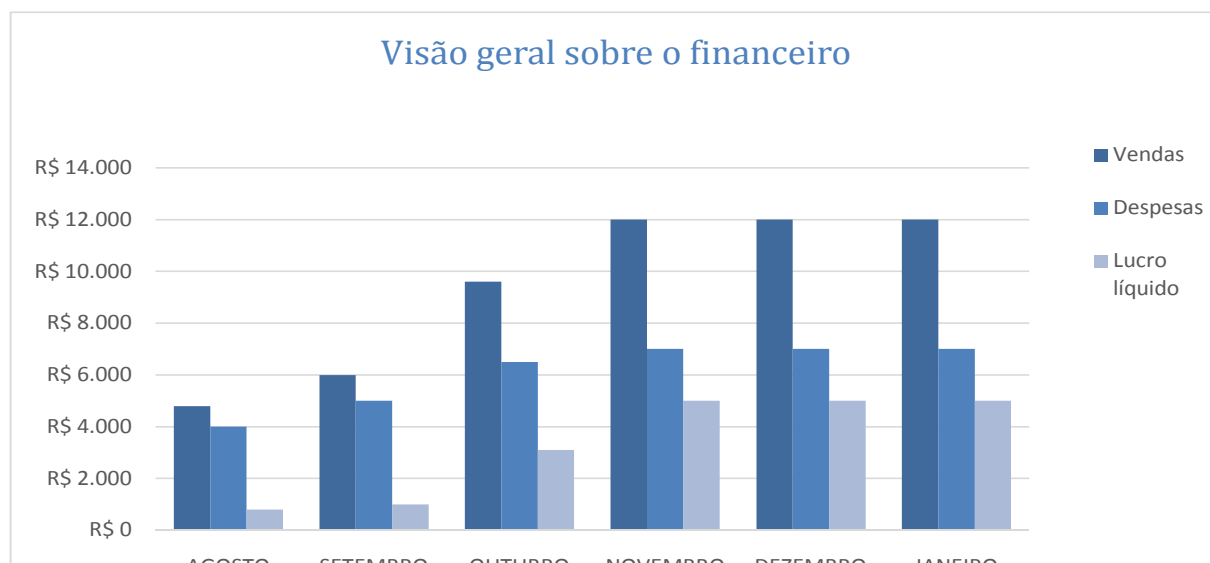
O investimento inicial total é aproximadamente de R\$100.000,00 para implementação e estruturação, capital de giro e estoque e treinamento de pessoal. Este investimento é para um ambiente com capacidade para cerca de 25 pessoas, espera-se tenhamos uma média de 50 lanches vendidos por dia.

Os clientes montarão seus próprios lanches, que serão posteriormente pesados, assim haverá a garantia de um preço justo, afinal o cliente só pagará por aquilo que realmente consumir.

A qualidade dos ingredientes e o treinamento especializado feito com todos os profissionais para possibilitar um atendimento realmente de qualidade, serão os fatores diferenciais para garantir o sucesso do empreendimento e o retorno do investimento.

1.2.Destaques

Por se tratar de um produto de qualidade com preço justo as perspectivas de retorno sobre investimentos são muito positivas. Acredita-se que mesmo aqueles que gostam e procuram a forma mais tradicional do produto também acabem consumindo neste novo modelo, afinal, caso o consumidor prefira comprar o seu lanche na forma tradicional ele poderá montá-lo assim, desta forma é possível, através de uma pesquisa feita com outros empreendedores do ramo alimentício, fazer uma previsão geral sobre as finanças do empreendimento.



Observe que a partir do mês de Novembro, que é o momento em que o negócio deverá atingir a maturidade, os números deverão variar pouco, acredita-se que no final do ano a tendência é que a curva de crescimento suba um pouco mais.

2.A EMPRESA

2.1.Objetivos e Missão

A idéia de vender, de uma maneira diferente, um produto muito tradicional e conhecido pelo consumidor surgiu ao observar que mesmo sem o controle e o conhecimento a cerca da qualidade e do estado dos ingredientes, as pessoas consomem muito cachorro quente em inúmeros pontos espalhados pela cidade.

Pensando nisso foi criada a **missão** da empresa: “**Valorizar a refeição, proporcionando prazer e tranquilidade ao comer, com preço justo e atendimento diferenciado**”.

A **visão** da empresa é: “**Ser reconhecida na cidade e regionalmente como o melhor quiosque fast-food**”.

2.2.Estrutura organizacional e legal

O produto em questão será montado pelo próprio cliente, assim que o quiosque abrir a mesa de self-service será abastecida, um funcionário ficará

responsável por mantê-la assim durante tempo de serviço. Assim que terminar de montar o sanduíche o cliente o levará até a balança onde será oferecida a bebida, e efetuado o pagamento.

Levando em consideração a forma tradicional de vendas e consumo de hotdogs, acredita-se que um ambiente confortável, agradável e bonito, torne o ato de comer um lanche em uma refeição de qualidade.

2.2.1.Entidade Legal/Propriedade da empresa

Este será um negócio novo e independente, o investimento inicial será obtido através da venda de algumas propriedades, este valor corresponde a 90% do montante inicial, os outros 10% serão injetados por um sócio.

Na primeira fase logo após a montagem do quiosque, será solicitado aos órgãos regulamentadores as visitas para a emissão dos alvarás necessários para o funcionamento do negócio.

2.2.2.Local

Ao lado de um empreendimento organizado pela prefeitura de Uberlândia, foi criado um centro comercial com várias lojas e um supermercado, bem próximo a esta área existe um grande terreno que será alugado para montagem do quiosque, tudo isso localizado em uma das principais avenidas da região. Assim acredita-se que o local é apropriado para este novo negócio.

Apesar de existir na região outros negócios similares (porém tradicionais e sem a mesma estrutura e qualidade), na região não existe outro quiosque no mesmo nível.

2.2.3.O quiosque

O objetivo é investir na construção de um quiosque completo que comportará uma mesa para o auto-serviço, e o balcão para atendimento, caixa, e área de circulação dos funcionários, e também o estoque para reposição da mesa de serviço. Abaixo do balcão estarão dispostas as geladeiras com refrigerantes, cerveja, gelo e água para preparo das bebidas, e também um armário com as frutas.

Também é necessário um liquidificador e espremedor para preparação dos sucos, estes deverão ser buscados pelos próprios clientes assim que forem chamados pela senha fornecida no ato do pagamento.



Figura 1 Quiosque da marca Germania, modelo para a construção do quiosque da Frelela.

Os clientes poderão optar por comer no local onde serão montadas as mesas no estilo mesa de jardim.



2.2.3.1.Funcionamento

Analizando a concorrência e o público alvo, foi definido que o estabelecimento ficará aberto de terça a Domingo das 19:00 às 00:00. Durante os feriados nacionais e regionais, principalmente os prolongados, o quiosque será fechado, a cidade de Uberlândia é comumente esvaziada em datas assim.

2.2.4.Concorrência

Na região é possível encontrar em um raio de 1 km de distância três concorrentes diretos que oferecem um produto similar, porém da forma tradicional, não são quiosques, são “carrocinhas”, também há concorrentes indiretos, cerca de 800 metros de distância uma lanchonete com sanduíches de vários tipos. A qualidade dos concorrentes diretos é duvidosa sendo que não há nenhum tipo de fiscalização por conta dos órgãos responsáveis, logo não há garantia que os sanduíches são preparados seguindo um controle de qualidade, isso lhes dá a vantagem de cobrarem um preço um pouco mais atrativo.

3.Plano de Marketing

3.1.Descrição dos Principais Produtos

Na mesa ficará a disposição salsicha tradicional e de frango, purê de batatas, catchup, mostarda, maionese, cenoura ralada, milho verde, ervilha, batata palha, requeijão, cheddar, queijo ralado, presunto, bacon, molho tradicional, molho bolonhesa, molho de pimenta, alface picada, azeitona picada e palmito picado.

As bebidas serão sucos da fruta nos sabores laranja, limão, abacaxi, morango, maracujá e melancia, além de refrigerantes água e cerveja.

3.2.Ações

A linha de pensamento para as ações de marketing será traçada sobre a idéia de que o hotdog vendido pela Frelela não é apenas um hotdog, e sim uma refeição de qualidade.

Para dar identidade a marca, foi desenhado um logotipo clássico com destaque para o hotdog.



O nome foi criado para ser algo completamente diferente a idéia é criar identidade por isso uma palavra diferente foi usada, ao mesmo tempo uma palavra fácil de ser lembrada.

O slogan “Não é apenas um hotdog” deixa claro a linha de ação do plano de marketing, oferecer ao cliente muito mais do que um simples cachorro quente.

Para a inauguração será feito na região algumas ações, como degustação no centro comercial do bairro durante o horário comercial, panfletagem, distribuição de cartões de desconto e também uma promoção nos sites de compra coletiva com a intenção de atrair novos prospects.

Com a intenção de manter os clientes, algumas promoções com cartões e pontos de fidelidade serão implementadas, a princípio a idéia é que a cada 10 lanches o cliente ganhe outro totalmente grátis com direito a bebida.

3.3.Preço

O preço proposto com o perfil do consumidor e o gasto de preparo dos lanches foi definido em R\$ 24,90 o Kg. Assim um lanche de 400 gramas (peso médio de um cachorro quente grande) sairia por aproximadamente R\$ 10,00.

3.4.Análise de Mercado

O plano de marketing será baseado no preço justo, onde você realmente paga apenas pelo que consome, e também no local diferenciado que proporcionará um ambiente agradável para o cliente consumir o seu lanche.

3.4.1.1.Avaliação estratégica – Análise da matriz FOFA (SWOT).

FORÇAS: •Boa localização •Espaço bonito •Qualidade do produto •Preço justo •Novidade	OPORTUNIDADES: •Possibilidade de aumentar as vendas através de eventos. •Aumento constante de demanda na região. •Disponibilidade para abrir novas filiais.
FRAQUEZAS: •Falta de experiência na área •Preço mais alto que a concorrência direta.	AMEAÇAS •Alta carga tributária •Violência urbana •Instabilidade econômica.

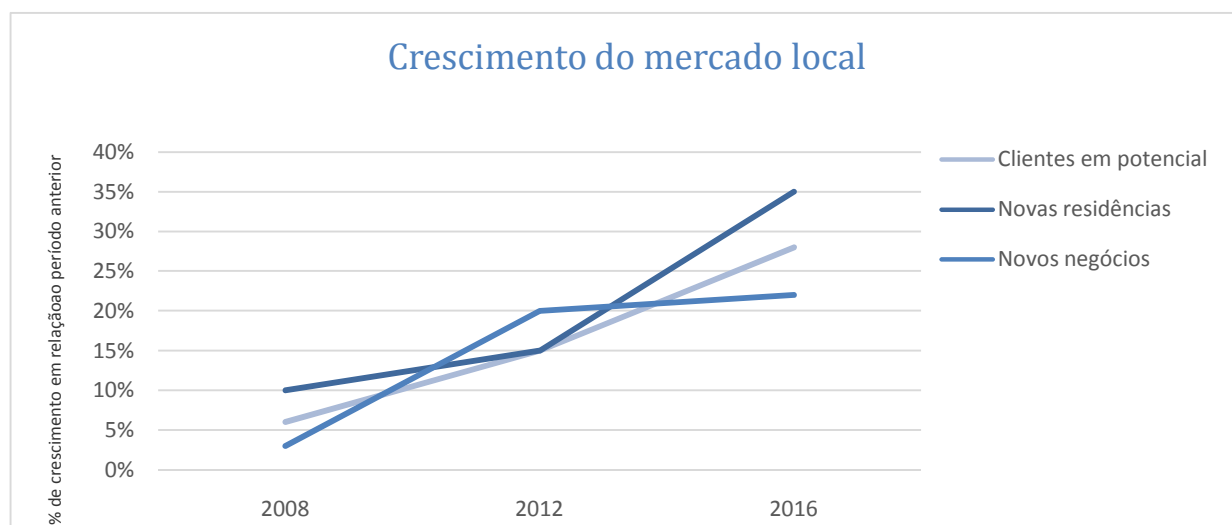
3.4.2.Publico Alvo

O empreendimento visa atingir um público que busca um lanche de qualidade que irá satisfazer as expectativas e não só a fome, acredita-se que pelo fato de o cliente poder montar a sua refeição da forma que melhor entender com ingredientes de qualidade possibilitarão não apenas comer mais um cachorro quente, mas sim uma grande refeição.

Clientes dos bairros vizinhos também deverão frequentar o quiosque em consequência da boa localização, situado em uma das principais artérias da região, assim como uma importante linha de transporte coletivo e pertencente ao centro comercial do bairro a posição do estabelecimento favorece a divulgação.

Abaixo é possível analisar através do gráfico o provável crescimento nos clientes em potencial na região, com grandes condomínios residenciais inaugurados

na região estima-se que mais de 1000 famílias mudem para o bairro em pouco tempo, isso sem levar em consideração aqueles que se mudaram para a região nos últimos dias.



3.5.Fornecedores

O principal ingrediente para montagem dos hotdogs é a salsicha, na cidade existe um grande fornecedor que será o fornecedor principal do estabelecimento, a BRF possui um produto de qualidade e por um bom preço além de ser uma empresa respeitada em todo o país.

Os ingredientes secundários serão comprados em estabelecimentos de atacado, na cidade existem pelo menos três grandes mercados, o que obriga a concorrência a manter os preços justos e estáveis.

O pão será comprado sobre encomenda de uma padaria parceira, isto irá nos possibilitar um produto ainda mais diferenciado, afinal de contas um dos principais ingredientes será exclusivo.

4.PLANO FINANCEIRO

4.1.Custos

4.1.1.Pessoal

Por se tratar de um quiosque a quantidade de pessoal é limitada, a gestão do empreendimento ficará por conta dos sócios. A equipe necessária é:

QTD	CARGO	FUNÇÃO	SALÁRIO ESTIMADO
1	Caixa	Responsável por pesar e receber o pagamento, deverá também oferecer a bebida e destacar senha no cupom fiscal.	R\$ 1.000,00
1	Cozinheira	Deverá fazer os molhos, ferver as salsichas e picar/preparar os demais ingredientes.	R\$1.200,00
2	Auxiliares de produção	Deverão limpar mesas, fazer os sucos, atender os clientes que não conhecerem o sistema do quiosque.	R\$900,00

4.1.2. Estimativa de investimentos fixos

Descrição	QTD	Valor unit	Total
Quiosque com freezers embutidos, feito sobre medida.	1	70000	70000
Mesa de ingredientes	1	4000	4000
Liquidificador	1	450	450
Espremedor de frutas	1	300	300
Computador	1	1300	1300
Software	1	600	600
Mesa	5	220	1100
Cadeira	20	50	1000
Guarda Sol	5	150	750
Bandeja	30	5	150
Forro de mesa	20	3,50	70
TOTAL			59720

4.1.3. Estimativa do custo com depreciação

Descrição	Vida útil em anos	Total	Depreciação mensal
Quiosque com freezers embutidos, feito sobre medida.	10	3500	291,67
Mesa de ingredientes	10	400	33,33
Liquidificador	10	45	3,75
Espremedor de frutas	10	30	2,5
Computador	5	130	10,83
Software	5	60	5
Mesa	10	110	9,17
Cadeira	10	100	8,33
Guarda Sol	5	75	6,25
Bandeja	5	15	1,25
Forro de mesa	3	7	0,58
		TOTAL	372,66

4.1.4. Matéria Prima

A tabela a seguir descreve os custos para a montagem dos lanches, lembrando que estes valores são estimados, afinal cada consumidor define o tamanho, quantidade de ingredientes, neste caso o cálculo foi feito baseado em um cachorro quente tradicional de 400 gramas, que é considerado um cachorro quente grande.

Custos diretos de produção e comercialização			
Produto	Unidade	Quantidade	Custo total por item
Pão	u.n.	2600	1600
Salsicha	u.n.	5200	800

Molho Pronto*	Lata	38	700
Milho	Lata	38	400
Ervilha	Lata	38	300
Batata Palha	Pacote	15	200
Queijo Ralado	Pacote	30	50
Cat-chup	Lata	20	300
Mostarda	Lata	20	200
Maionese	Lata	20	200
INSS	20%		120
Simples	5,47%		800
		TOTAL	5670

5.CONCLUSÃO

Após análise dos indicadores financeiros, informações e pesquisas de mercado e considerando possíveis mudanças de cenários, concluímos que o negócio é viável, pois apresenta índices favoráveis como a lucratividade, trazendo vantagem competitiva no mercado e potencial crescimento para a empresa.